บทที่ 3

ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษา "การนำเสนอภาพลักษณ์ความเป็นผู้นำ และเรื่องราวของผู้บริหารระดับสูง (CEO) ในหนังสือพ็อกเก็ตบุ๊ค (Presentation of Leadership Image and CEO Stories in Pocket Books)" ในครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาภาพลักษณ์ความเป็นผู้นำของผู้บริหารระดับสูงที่นำเสนอในหนังสือพ็อกเก็ตบุ๊ค และศึกษาวิธีการนำเสนอเรื่องราวของผู้บริหารระดับสูงในหนังสือพ็อกเก็ตบุ๊ค ซึ่งวิธีการดำเนินงานการวิจัยครั้งนี้ ประกอบด้วย

1. ขอบเขตการวิจัย
2. แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการศึกษา
3. วิธีสุ่มตัวอย่าง
4. การเก็บรวบรวมข้อมูล
5. การวิเคราะห์ข้อมูล
6. การนำเสนอข้อมูล

ขอบเขตการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้จึงได้ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative research) ด้วยวิธีอุปมาน (Inductive method) คือ การสังเกตจากเหตุย่อยหลายๆ เหตุและนำไปหาความสัมพันธ์ระหว่างเหตุย่อยหลายๆ เหตุ เพื่อให้เกิดองค์ความรู้ใหม่ ดังนั้น เพื่อให้ได้มาซึ่งคำตอบที่ตรงตามวัตถุประสงค์การวิจัยครั้งนี้จึงศึกษาด้วยการวิเคราะห์เนื้อหา (Content analysis) ตัวสาร (Message) การเขียนเพื่อการประชาสัมพันธ์ที่ปรากฏในหนังสือพ็อกเก็ตบุ๊ค จำนวน 10 เล่ม คือ หนังสือชีวิตนี้ไม่มีทางตัน "ตัน โออิชิ" หนังสือศุภชัย เจียรวนนท์ เรียลลิตี้ CEO ล่าฝัน...ปั้น TRUE หนังสือโชคช่วยด้วยประสบการณ์ หนังสือเติม 'โชค' ให้การตลาด หนังสือ My Life as a Coach หนังสือ Sigve's way หนังสือบุณยสิทธิ์ โชควัฒนา ชีวิตนี้เป็นอะไรก็ได้แต่ต้องเป็นหนึ่ง หนังสือแพ้แล้วกลับมาชนะได้อย่างไร plus ความรู้จาก

สิงห์ หนังสือ HAPPY คนพลิกแบรนด์ แบรนด์พลิกคน และหนังสือผมจะเป็นคนดี ก่อร่างสร้างธุรกิจ ฉบับสมบูรณ์

แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการศึกษา

การวิจัยครั้งนี้ได้รวบรวมข้อมูลจากแหล่งข้อมูล 2 ประเภท คือ แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) และแหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data)

ประเภทที่ 1 แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) คือ ข้อมูลที่ผู้วิจัยได้จากแหล่งข้อมูลโดยตรง ตามวัตถุประสงค์ของงานวิจัย คือ แหล่งข้อมูลประเภท "หนังสือพ็อกเก็ตบุ๊ค" จำนวน 10 เล่ม ซึ่งถือเป็นกลุ่มตัวอย่างที่สำคัญ (Key Information) ในการศึกษาครั้งนี้ ซึ่งรายละเอียดการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างจะอธิบายในหัวข้อต่อไป

ประเภทที่ 2 แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) คือ ข้อมูลที่มีผู้ศึกษาอยู่ก่อนแล้ว ได้แก่ เอกสารที่ใช้เพื่อการทบทวนแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อนำไปสู่การสร้างกรอบในการวิจัย ได้แก่ วิทยานิพนธ์ ตำราวิชาการ บทความวิชาการและเอกสารงานวิจัยที่กล่าวถึงภาพลักษณ์ของผู้บริหารระดับสูง การเขียนเพื่อการประชาสัมพันธ์ การเล่าเรื่อง เป็นต้น

วิธีสุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ใช้วิธีการเลือกแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) กำหนดเกณฑ์ในการเลือกกลุ่มตัวอย่างดังนี้

1. พิมพ์จำหน่ายระหว่างปีพ.ศ. 2548- 2552
2. มีการนำเสนอภาพลักษณ์ของผู้บริหารระดับสูง หรือมีเรื่องราวของผู้บริหารระดับสูงปรากฏในรูปแบบต่าง ๆ คือ บทสัมภาษณ์ วิสัยทัศน์ วิธีการทำงาน หรือการบริหารองค์กร
3. ไม่ใช่หนังสือที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับผู้บริหารขององค์กรอื่น ๆ รวมอยู่ด้วย
4. ไม่ใช่หนังสือที่แปลมาจากภาษาต่างประเทศ

โดยกลุ่มตัวอย่างที่คัดเลือกมาทำการวิจัยครั้งนี้ คือ หนังสือพ็อกเก็ตบุ๊ค จำนวน 10 เล่ม ได้แก่

1. **หนังสือ ชีวิตนี้ไม่มีทางตัน "ตัน โออิชิ"**

พิมพ์ครั้งที่ 19 พฤษภาคม,2552 (พิมพ์ครั้งแรก สิงหาคม,2547) ราคา 155 บาท จำนวนหน้า 208 หน้า

ผู้เขียน : สรกล อดุลยานนนท์ และวทัญญู รณชิตพานิชยกิจ สำนักพิมพ์มติชน

สารบัญ : ผู้ให้-ผู้รับ - คุณค่า "ความจน" - ฟ้าทดสอบคน - ขาดทุนคือกำไร - ธุรกิจ "เงินสด" - ความมุ่งมั่น - ประกายไฟ - สัจธรรมที่ค้นพบ - เดินสู่ "กับดัก" – "ตัด" เพื่อ "โต"- กำเนิด "โออิชิ"- กว่าจะ"โออิชิ"- ยุทธการ "ใยแมงมุม"- ลดต้นทุน- โออิชิ ราเมน- "โออิชิ กรีนที" – โรงงานแห่ง "ความฝัน"-มรณา มาร์เก็ตติ้ง-เหนือความคาดหมาย- เข้าตลาดหุ้น- ความหวัง

2. **หนังสือ ศุภชัย เจียรวนนท์ เรียลิตี้ CEO ล่าฝัน...ปั้น TRUE**

พิมพ์ครั้งแรก มีนาคม,2551 ราคา 160 บาท จำนวนหน้า 204 หน้า

ผู้เขียน : พัฒนพันธุ์ วงษ์พันธ์ และดิษณีย์ นาคเจริญ สำนักพิมพ์มติชน

สารบัญ : - ทายาทเจียรวนนท์ - เจียรวนนท์ภาคดิจิทัล - ฝ่ามุมคิด "ศุภชัย เจียรวนนท์" - (ภาพ) ชีวิตคอนเวอร์เจนซ์ ผ่าน "อะคาเดมี แฟนเทเชีย"

3. **หนังสือ โชคช่วยด้วยประสบการณ์**

พิมพ์ครั้งแรก พ.ศ. 2550 ราคา 215 บาท จำนวนหน้า 232 หน้า

ผู้เขียน : สู่ขวัญ บูลกุล สำนักพิมพ์ Busy-day

สารบัญ : บทที่ 1 โชค บูลกุล กับความสำเร็จที่ไม่ใช่เพียงโชคช่วย แต่เพราะมาก...ด้วยประสบการณ์ - บทที่ 2 รู้จักกับโชค เมื่อ "โชค" เผชิญ "โชค" - บทที่ 3 คิดแบบโชค "คน" ปัจจัยสำคัญสู่ความสำเร็จต้อง พัฒนาเบ็ดเสร็จทุกมิติ - บทที่ 4 การตลาดยุคใหม่สไตล์ "โชค" ต้องผสม "ความจริงใจ" ใส่ "จริยธรรม"- บทที่ 5 ประชาสัมพันธ์สำคัญกว่าโฆษณา - บทส่งท้าย"โชค" วิเคราะห์ เจาะลึกเมืองไทย มองไกลเพื่อนบ้าน

4. **หนังสือ เติม 'โชค' ให้การตลาด**

พิมพ์ครั้งแรก พ.ศ. 2551 ราคา 155 บาท จำนวนหน้า 152 หน้า

ผู้เขียน :โชคชัย บูลกุล สำนักพิมพ์ฐานบุ๊คส์

สารบัญ : - SMEs ต้องถามตัวเองว่า...Who am i - Creativity คือสิ่งที่จำเป็นสำหรับ SMEs - How SMEs make decision... - SMEs ที่เป็นทายาทธุรกิจ... จะทำอย่างไรเมื่อต้องรับช่วงต่อ - อาหาร แบรนด์ และการแข่งขัน - Chain Value - Value Creation ต้องมีของขายก่อนที่จะขายของ - Limited Edition Marketing - การพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่าย...จะทำอย่างไรเมื่อต้องรับช่วงต่อ

5. **หนังสือ** My Life as a Coach

พิมพ์ครั้งแรก ตุลาคม,2550 ราคา 225 บาท จำนวนหน้า 238 หน้า

ผู้เขียน : มัชฌิมา จันทร์สว่างภูวนะ สำนักพิมพ์กรุงเทพธุรกิจ บิซบุ๊ค

สารบัญ : -ready to serve? - fail faster - coach - dream - comfort zone - sing your own song - lead by example - listen - will vs skill - ha ha ha

6. **หนังสือ** Sigve's way

พิมพ์ครั้งแรก มีนาคม,2548 ราคา 120 บาท จำนวนหน้า 120 หน้า

ผู้เขียน : ซิคเว่ เบรกเก้ สำนักพิมพ์ thaicoon book

สารบัญ : Sigve's way : from good to great--Sigve's way : from politic to business--Jonas Ridderstrale : from guru to CEO

7. **หนังสือ บุณยสิทธิ์ โชควัฒนา ชีวิตนี้เป็นอะไรก็ได้แต่ต้องเป็นหนึ่ง**

พิมพ์ครั้งที่ 2 ตุลาคม, 2552 (พิมพ์ครั้งแรก สิงหาคม, 2552) ราคาปกแข็ง 500 บาท ปกอ่อน 320 บาท จำนวนหน้า 450 หน้า

ผู้เขียน : สมใจ วิริยะบัณฑิตกุล สำนักพิมพ์พีเพิลมีเดีย

สารบัญ : บทที่ 1 กำเนิดราชันย์สิงโต - บทที่ 2 ย่ำแดนซามูไร -บทที่ 3 สิงห์คืนถิ่น - บทที่ 4 บุณยสิทธิ์สไตล์ - บทที่ 5 ผู้นำใหม่ - บทที่ 6 อนาคต -บทที่ 7 คมคิด ชีวิต ปรัชญา- ภาคผนวก

กรณีศึกษา 3 ขาหยั่งไอ.ซี.ซี.

8. **หนังสือ แพ้แล้วกลับมาชนะได้อย่างไร plus ความรู้จากสิงห์**

พิมพ์ครั้งแรก ตุลาคม, 2552 ราคา 230 บาท จำนวนหน้า 304 หน้า

ผู้เขียน : จิตรา ก่อนันทเกียรติ สำนักพิมพ์มติชน

สารบัญ : ภาคแรก - ทำไมสิงห์จึงเกือบตาย - แพ้แล้วกลับมาชนะได้อย่างไร – เรื่องเล่าได้หลังฟ้าหลังฝน

ภาคอดีต - ก่อนจะมาเป็นสิงห์ - กว่าจะมาเป็นสิงห์ - เกร็ดความรู้ดีๆ เกี่ยวกับเบียร์

9. **หนังสือ HAPPY คนพลิกแบรนด์ แบรนด์พลิกคน**

พิมพ์ครั้งแรก กรกฎาคม, 2550 ราคา 210 บาท จำนวนหน้า 268 หน้า

ผู้เขียน : ธนา เธียรอัจฉริยะ สำนักพิมพ์มติชน

สารบัญ : ภาคที่ 1 จุดเริ่มต้น-ภาคที่ 2 จุดต่ำสุดของแทค-ภาคที่ 3 สองจุดสองซีอีโอ-ภาคที่ 4 แฮปปี้

10. **หนังสือ ผมจะเป็นคนดี ก่อร่างสร้างธุรกิจ ฉบับสมบูรณ์**

พิมพ์ครั้งที่ 3 สิงหาคม, 2552 ราคา 100 บาท จำนวนหน้า 504 หน้า

ผู้เขียน : วิกรม กรมดิษฐ์ ผู้เรียบเรียง ประภัสสร เสวิกุล พิมพ์ที่ บริษัท แอล. ที.เพรส จำกัด

สารบัญ : เถ้าแก่หนึ่งสลึง – นักล่าฝันนิรันดร - ฝันชะตาฟ้าลิขิต - วันฟ้าสาง – วันเปิดตึกธนาคารกรุงเทพ - ซื้อรถยนต์คันแรก - ประสบการณ์จากพอล แครมปี้ - ฝนซาฟ้าใส - รางวัลแด่คนช่างฝัน - ฤดูมรสุม - ทางเดินของชีวิต - ลมที่เปลี่ยนทาง - ก้าวใหม่ที่ไกลกว้าง - หุ้นส่วนใหม่-ยอดนักขาย -โกอินเตอร์ - วิกฤติเศรษฐกิจ - การเติบโตอย่างมั่นคง - เบื้องหลังชื่อดีมีที่มา - ฝันที่รอวันเป็นจริง - กิเลสมนุษย์ - หนทางสู่ความเป็นอมตะระยะยาว - สายเลือดอมตะ - การดำเนินชีวิตแบบเถ้าแก่ - ส่งเทียบทอง -สานสื่อและสื่อสาร - งานที่ยากที่สุด - การลงทุนครั้งสำคัญ - อมตะเป็นอิสระ - อมตะนคร - ผมจะไม่เป็นเถ้าแก่อีกแล้ว - ความมีวินัย - ความพอเพียง

โดยมีแนวทางของการสุ่มตัวอย่างดังนี้

1) ผู้วิจัยได้ศึกษางานวิจัยเกี่ยวกับภาพลักษณ์ผู้บริหารระดับสูง ที่เคยมีผู้ศึกษาไว้ เพื่อคัดเลือกผู้บริหารระดับสูงที่มีภาพลักษณ์โดดเด่นในระหว่างปี 2548 - 2552 และพบว่าในงานวิจัยของรุจิพัชร์ เรืองธารีพงศ์ (2549) มีการจัดอันดับผู้บริหารของไทยที่ได้รับการยอมรับว่าสามารถเป็นตัวแทนภาพลักษณ์ตราสินค้าได้ 3 อันดับแรกดังนี้ 1. คุณซิคเว่ เบรกเก้ ตราสินค้าดีแทค 2. คุณตันภาสกรนที ตราสินค้าโออิชิ 3. คุณโชค บูลกุล ตราสินค้าฟาร์มโชคชัย คือเมื่อกล่าวถึงตราสินค้านั้น ๆ แล้ว คนส่วนใหญ่สามารถจดจำและนึกถึงภาพผู้บริหารระดับสูง (CEO) ของตราสินค้านั้นได้อย่างถูกต้องชัดเจน และได้นำมาศึกษาว่ามีหนังสือพ็อกเก็ตบุ๊กซึ่งมีเนื้อหาเกี่ยวกับผู้บริหาร 3 ท่านดังกล่าว ซึ่งเป็นหนังสือที่มีการใช้กลวิธีการเขียนและการถ่ายทอดเรื่องราวที่มีความน่าสนใจ ตีพิมพ์วางจำหน่ายบ้างหรือไม่ และพบว่ามีหนังสือที่ตีพิมพ์เผยแพร่ จำนวน 6 เล่ม

2) เมื่อศึกษาจากรายชื่อหนังสือพ็อกเก็ตบุ๊กเกี่ยวกับผู้บริหารระดับสูงที่ตีพิมพ์วางจำหน่ายระหว่างปี 2548 - 2552 ผู้วิจัยยังได้คัดเลือกหนังสือพ็อกเก็ตบุ๊คเพิ่มเติมอีก 4 เล่มที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับผู้บริหารระดับสูง (CEO) ที่มีความโดดเด่น มีชื่อเสียงและเป็นที่ยอมรับในเรื่องการบริหารการจัดการภายในและภายนอกองค์กร รวมถึงการสร้างธุรกิจให้เจริญเติบโตเพิ่มเติมในกลุ่มธุรกิจอื่น ๆ อีก 4 คน คือ 1. คุณบุณยสิทธิ์ โชควัฒนา ประธานเครือสหพัฒน์ 2. คุณศุภชัย เจียรวนนท์ บริษัททรูฯ 3. คุณสันติ ภิรมย์ภักดี ผู้บริหารระดับสูงตระกูลภิรมย์ภักดี บริษัทบุญรอดบริวเวอรี่ ฯ 4. คุณวิกรม กรมดิษฐ์ บริษัทอมตะ ฯ

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้แบ่งการเก็บรวบรวมข้อมูลออกเป็น 3 ขั้นตอน กล่าวคือ

ขั้นตอนที่ 1 เก็บรวบรวมเอกสาร งานวิจัย และข้อมูลต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับภาพลักษณ์ของผู้บริหารระดับสูง การเขียนเพื่อการประชาสัมพันธ์และการเล่าเรื่อง การสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจเพื่อนำมาใช้สร้างกรอบการวิจัยเบื้องต้น

ขั้นตอนที่ 2 รวบรวบข้อมูลเอกสารปฐมภูมิที่ใช้ในการศึกษาคือหนังสือพ็อกเก็ตบุ๊คซึ่งมีคุณสมบัติตรงตามที่กำหนดเพื่อนำมาวิเคราะห์ข้อมูล

ขั้นตอนที่ 3 การวิเคราะห์เนื้อหาในหนังสือพ็อกเก็ตบุ๊ค

การวิเคราะห์ข้อมูล

วิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) ตัวสาร (Message) ของหนังสือพ็อกเก็ตบุ๊ค โดยใช้การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา (Descriptive Analysis) เนื้อหาของหนังสือพ็อกเก็ตบุ๊ค ตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยดังนี้

1. การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อตอบวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 เรื่องภาพลักษณ์ของผู้บริหารระดับสูง เพื่อวิเคราะห์การนำเสนอภาพลักษณ์ของผู้บริหารระดับสูงที่นำเสนอในหนังสือพ็อกเก็ตบุ๊ค

ผู้วิจัยใช้แนวคิดเกี่ยวกับภาพลักษณ์และแนวคิดเกี่ยวกับการสร้างภาพลักษณ์ของผู้บริหารระดับสูงในเรื่องภาพลักษณ์มืออาชีพในการทำงานตามแนวคิดเรื่องภาพลักษณ์มืออาชีพในการทำงาน โดยผู้วิจัยจะวิเคราะห์ภาพลักษณ์ผู้บริหารที่นำเสนอในหนังสือพ็อกเก็ตบุ๊คแต่ละเล่ม เพื่ออธิบายรูปแบบการนำเสนอภาพลักษณ์ของผู้บริหารระดับสูง

2. การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อตอบวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เรื่องวิธีการนำเสนอเรื่องราว เพื่อวิเคราะห์วิธีการกำหนดเนื้อหา รูปแบบการเรียบเรียงสาร วิธีการใช้ภาษาเพื่อการประชาสัมพันธ์ และวิธีการเล่าเรื่องในหนังสือพ็อกเก็ตบุ๊ค โดยผู้วิจัยจะวิเคราะห์เปรียบเทียบวิธีการกำหนดเนื้อหา รูปแบบการเรียบเรียงสาร วิธีการใช้ภาษาเพื่อการประชาสัมพันธ์ วิธีการเล่าเรื่องของหนังสือพ็อกเก็ตบุ๊คแต่ละเล่มว่ามีความเหมือนหรือแตกต่างกันอย่างไร เพื่ออธิบายวิธีการนำเสนอเรื่องราวของผู้บริหารระดับสูงในหนังสือพ็อกเก็ตบุ๊กดังนี้

2.1 **วิธีการกำหนดเนื้อหา** ในการวิจัยนี้แบ่งการกำหนดเนื้อหาใน 2 ลักษณะคือ

-แบ่งตามวัตถุประสงค์ของการเล่า ใช้แนวคิดเรื่องวัตถุประสงค์ของการนำเรื่องเล่ามาใช้ในการสื่อสารองค์กรของ Stephen Denning (2006) ซึ่งแบ่งวัตถุประสงค์ของการเล่าเรื่องออกเป็น 8 ประเภท คือ (1) กระตุ้นการเปลี่ยนแปลง (2) สื่อสารเกี่ยวกับตนเอง (3) ถ่ายทอดค่านิยม (4) สื่อสาร

เกี่ยวกับบริษัท หรือตราสินค้า (5) ส่งเสริมการทำงานร่วมกัน (6) ยุติข่าวลือ (7) ให้ความรู้ (8) จูงใจให้ทำในอนาคต

-แบ่งตามที่มาของเรื่องเล่า ใช้แนวคิดเรื่องที่มาของเรื่องเล่าในการสื่อสารองค์กรของ Klaus Fog, Christian Budtz, Baris Yakaboylu (2005) ซึ่งแบ่งที่มาของเรื่องเล่าออกเป็น 8 ประเภท คือ (1) พนักงาน (2) ผู้บริหารระดับสูง (3) ผู้ก่อตั้งบริษัท (4) จุดเปลี่ยนของความสำเร็จและวิกฤติ (5) ผู้นำทางความคิด (6) คู่ค้าร่วม (7) ลูกค้า (8) ผลิตภัณฑ์

2.2 **รูปแบบการเรียบเรียงสาร** ใช้แนวคิดเรื่องวิธีการจัดเรียบเรียงสารเพื่อการโน้มน้าวใจของ Bettinghaus (1980)

2.3 **วิธีการใช้ภาษาเพื่อการประชาสัมพันธ์** ใช้แนวคิดเรื่องการเขียนเพื่อการประชาสัมพันธ์ ซึ่งแบ่งการใช้ภาษาออกเป็น 5 ลักษณะ คือ (1) การเขียนแบบบรรยาย (2) การเขียนแบบพรรณนา (3) การเขียนแบบจูงใจ (4) การเขียนแบบอธิบาย (5) การเขียนแบบอภิปราย

2.4 **วิธีการเล่าเรื่อง** ใช้แนวคิดเรื่ององค์ประกอบของเรื่องเล่าในการสื่อสารองค์กร และแนวคิดเรื่องการสร้างสารเพื่อการโน้มน้าวใจของ Dennis L. Wilcox (2005)

การนำเสนอข้อมูล

นำเสนอข้อมูลในรูปแบบของการพรรณนาวิเคราะห์ (Analysis Descriptive) โดยประมวลผลการวิเคราะห์จากข้อมูลประเภทเอกสาร คือ หนังสือพ็อกเก็ตบุ๊ค โดยมีสาระในการนำเสนอดังนี้

1. รูปแบบการนำเสนอภาพลักษณ์ของผู้บริหารระดับสูง พร้อมยกตัวอย่างประกอบคำอธิบาย
2. รูปแบบการนำเสนอเรื่องราวของผู้บริหารระดับสูง ในลักษณะต่าง ๆ